

Strategi Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru di Universitas Muhammadiyah Makassar

Syukri ¹ dan Sumarni

¹ *Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259, Makassar, Indonesia 90221*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat strategi *public relations* dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Makassar dan untuk melihat apa saja faktor pendukung dan penghambat humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru di Universitas tersebut. Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan teknik data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah calon mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Makassar dengan beberapa langkah, 1) penerbitan berbagai bentuk Universitas Muhammadiyah Makassar, seperti akreditasi akademik berupa kampus dan jurusan yang terakreditasi. , sumber daya manusia berupa tenaga pengajar, dan formatnya. prestasi lokal, nasional, regional, bahkan internasional. 2) Menjalin komunikasi atau bekerja sama dengan media. Adapun faktor pendukung penerapan strategi kehumasan di Universitas Muhammadiyah Makassar dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal. Sedangkan faktor penghambatnya adalah pengawasan komunikasi internal secara langsung dan tidak langsung.

Kata Kunci: Strategi, *Public Relations*, Minat Mahasiswa

Abstract

The purpose of this study is to see the public relations strategy in increasing the interest of new student candidates at the Muhammadiyah University of Makassar and to see what are the supporting and inhibiting factors of public relations in increasing the interest of prospective new students at the University of Muhammadiyah Makassar. This is a qualitative research and data technique uses the method of observation, interviews, and documentation. The result of the research shows that an increase in the number of prospective new students at the University of Muhammadiyah Makassar with several steps, 1) publishing various forms of the University of Muhammadiyah Makassar, such as academic accreditation in the form of accredited campuses and departments, human resources in the form of teaching workforce, and formats. local, national, regional, and even international achievements. 2) Establishing communication or working with the media. The supporting factors for the implementation of the public relations strategy at the University of Muhammadiyah Makassar are seen from internal factors and external factors. Meanwhile, the inhibiting factor is the direct and indirect internal communication supervision.

Keywords: Strategy, *Public Relations*, Student Interest

* Penulis Korespondensi

E-mail: syukrijamaluddin1976@gmail.com, sumarnis845@gmail.com

1. Pendahuluan

Perguruan tinggi sebagai organisasi penyedia jasa pendidikan perlu membangun dan mengolah citranya. Hal ini akan berkaitan kepercayaan publik terhadap aspek kualitas pendidikan serta komponen mendasar lainnya yang melekat pada institusi pendidikan. Sebuah perguruan tinggi harus secara nyata mampu mengolah pendidikannya dan mampu melahirkan alumni yang berkualitas sehingga dengan demikian hal ini akan menjadi citra yang positif, yang nantinya akan menjadi nilai tambah ataupun dasar pertimbangan bagi para calon mahasiswa dalam menentukan pilihannya. Hal ini belum lagi ditambah dengan kondisi dimana persaingan perguruan tinggi semakin ketat. Hal ini terjadi karena banyaknya perguruan tinggi yang sudah maju ditunjang dengan sarana dan prasarana kualitas pendidikan yang memadai menambah persaingan di antara perguruan tinggi di Makassar. Tentu Universitas yang mampu mengelola hubungan yang baik dan menanamkan citra positif pada khalayak agar memperoleh banyak perhatian dari publik, sehingga menjadi tujuan calon mahasiswa baru untuk melanjutkan pendidikan mereka.

Perguruan tinggi swasta yang mulai lebih diminati dibanding perguruan tinggi negeri. Hal ini terjadi karena banyaknya perguruan tinggi swasta yang sudah maju serta ditunjang dengan sarana dan prasarana berkualitas yang memadai sehingga dapat bersaing dengan perguruan tinggi negeri yang ada di Makassar. Tentu universitas yang mampu mengolah hubungan yang baik dan menanamkan citra positif pada khalayaknya yang akan memperoleh banyak perhatian yang banyak dari publik, sehingga menjadi tujuan calon mahasiswa baru untuk melanjutkan pendidikan mereka. Universitas Muhammadiyah Makassar yang tetap terkenal dan berkembang tidak serta merta berjalan begitu saja tanpa adanya suatu metode atau strategi yang jitu untuk meningkatkan calon

mahasiswa baru ditengah padatnya persaingan antar kampus. Setiap lembaga atau organisasi memiliki strategi yang berbeda-beda dalam melakukan promosi atau sosialisasi kepada sasaran yang dianggap strategis.

Humas atau hubungan masyarakat yaitu menjalin komunikasi atau interaksi kepada khalayak, baik secara internal maupun secara eksternal. Dalam berinteraksi atau menyampaikan informasi, humas harus memiliki kredibilitas. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat percaya terhadap apa yang disampaikan. Pelaksanaan humas dapat efektif dan efisien dalam mencapai tujuan diantaranya dikenal masyarakat, mendapat simpati dan dukungan dari masyarakat serta waktu, tenaga dan biaya yang tepat. Maka diperlukan manajemen atau strategi untuk mengolahnya. Manajemen atau strategi merupakan kiat untuk melaksanakan tujuan seefektif dan efisien mungkin dengan memaksimalkan sumber daya yang ada.

Humas dalam melaksanakan tugasnya bukan pekerjaan yang mudah. Humas harus dikerjakan oleh orang-orang yang selalu berfikir kreatif dan inovatif untuk dapat menarik minat calon mahasiswa baru. Tugas sebagai Humas sangat berat dan luas. Karena itu, Humas harus mempunyai perencanaan dalam menyusun strategi dan selalu berfikir konseptual dalam arti memperoleh kebenaran, usaha dan pola berfikir untuk mencapai tujuan dan sasaran. Universitas Muhammadiyah Makassar sebagai sebuah lembaga pendidikan harus mampu memberikan pendidikan yang baik kepada mahasiswa dan harus mampu membentuk Humas yang dapat menjalin hubungan yang baik kepada masyarakat terutama pada calon-calon mahasiswa baru. Menjalinkan hubungan yang baik kepada masyarakat dimaksudkan agar dapat memberikan informasi yang cukup kepada calon mahasiswa baru, utamanya kepada calon mahasiswa yang jauh di pelosok desa.

Tabel 1.1 Data Pendaftaran Mahasiswa Baru

No	Fakultas	Tahun Ajaran		
		2017/2018	2018/2019	2019/2020
1.	Agama Islam	372	476	565
2.	Sosial & Politik	646	459	545
3.	Keguruan & Ilmu Pendidikan	1.334	1.224	993
4.	Ekonomi dan Bisnis	1.333	1.251	977
5.	Teknik	680	604	626
6.	Pertanian	352	370	286
7.	Kedokteran & Ilmu Kesehatan	166	151	240
8.	Pascasarjana	182	241	212
Jumlah		5.065	4.779	4.444

Sumber: Simakad.unismuh.ac.id.2019

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah pendaftar mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Makassar selama tiga tahun terakhir yaitu tahun 2017/2018, 2018/2019, 2019/2020 mengalami fluktuasi. Fakultas yang mengalami peningkatan jumlah pendaftar mahasiswa baru pada tiga tahun terakhir adalah fakultas Agama Islam. Fakultas Sosial dan Politik, fakultas Teknik, fakultas Pertanian, fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, dan Pascasarjana selama tiga tahun terakhir jumlah pendaftar mahasiswa baru mengalami fluktuasi (berubah-ubah). Fakultas Keguruan dan Ekonomi bisnis selama tiga tahun terakhir jumlah pendaftar mahasiswanya mengalami penurunan sehingga jumlah seluruh pendaftar mahasiswa baru pada tahun ajaran 2017/2018 adalah 5.065, tahun 2018/2019 berjumlah 4.779 dan pada tahun 2019/2020 4.444. Maka jumlah mahasiswa baru selama tiga tahun terakhir mengalami penurunan. Berdasarkan hasil observasi awal yang telah dilakukan maka dibutuhkan peran humas dimana menurut F. Rachmadi fungsi utama humas adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga dengan publiknya, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam menciptakan opini publik yang menguntungkan lembaga-lembaga. Sehingga dengan adanya humas diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendaftar mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Makassar. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana

strategi humas yang dilakukan dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Menurut Bogdan Taylor (Moleong, 2012) penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Data diambil dari dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi kepada narasumber yang menguasai permasalahan dalam penelitian ini. Data sekunder adalah data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya seperti lewat dokumen, surat kabar, bulletin, majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan sebagainya. Peneliti menggunakan data sekunder untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah didapat melalui wawancara dan observasi.

Dalam hal pengumpulan data, peneliti terjun langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data yang valid, maka peneliti menggunakan metode sebagai berikut: (1) Metode Observasi, diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi ini menggunakan observasi partisipan, dimana peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. (2) Metode Wawancara, percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang

mengajukan pertanyaan dan yang di wawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan. (3) Metode Dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya. Analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif analisis, yaitu mendeskripsikan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Data yang berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, dokumen, dan sebagainya, kemudian dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan terhadap kenyataan atau realitas. Keabsahan data dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kriteria kreadibilitas. Untuk mendapatkan data yang relevan, maka peneliti melakukan pengecekan keabsahan data hasil penelitian dengan cara triangulasi.

3. Pembahasan Dan Hasil

A. Strategi Strategi Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru di Universitas Muhammadiyah Makassar

Hasil penelitian ini menjelaskan tentang Strategi Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru di Universitas Muhammadiyah Makassar mengacu pada indikator adalah adanya mendefenisikan problem atau peluang, perencanaan dan pengrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi, mengevaluasi program. sebagai berikut:

1. Mendefenisikan Problem (Peluang) PR. Pada tahap ini yang dilakukan adalah mencakup penyelidikan dan memantau pengetahuan, opini, sikap dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan dan dipengaruhi oleh, tindakan kebijakan organisasi.

Berikut ini merupakan data pendaftaran mahasiswa baru tahun 2017-2020 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Pendaftaran Mahasiswa Baru

No	Fakultas	Tahun Ajaran		
		2017/2018	2018/2019	2019/2020
1.	Agama Islam	372	476	565
2.	Sosial & Politik	646	459	545
3.	Keguruan & Ilmu Pendidikan	1.334	1.224	993
4.	Ekonomi dan Bisnis	1.333	1.251	977
5.	Teknik	680	604	626
6.	Pertanian	352	370	286
7.	Kedokteran & Ilmu Kesehatan	166	151	240
8.	Pascasarjana	182	241	212
Jumlah		5.065	4.779	4.444

Sumber: Simakad.unismuh.ac.id.2019

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa fakultas yang mengalami peningkatan jumlah pendaftar mahasiswa baru pada tiga tahun terakhir hanya fakultas agama islam. Adapun fakultas yang mengalami fluktuasi (berubah-ubah) dengan pendaftaran mahasiswa baru yang pertama yaitu fakultas keguruan dan ilmu pendidikan,

ekonomi dan bisnis, teknik, sosial dan politik, pertanian, pascasarjana, dan yang terakhir adalah fakultas kedokteran dan ilmu kesehatan. Kemudian dari jumlah keseluruhan pendaftar mahasiswa baru pada tahun 2017/2018 mencapai 5.065, pada tahun 2018/2019 mencapai 4.779, dan pada tahun 2019/2020 mencapai 4.444, sehingga pada tiga tahun terakhir

ini jumlah mahasiswa baru mengalami penurunan.

2. Perencanaan dan Pemrograman, Informasi yang dikumpulkan dalam langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program publik, strategi tujuan, tindakan dan komunikasi, taktik, dan sasaran. Humas dalam membangun komitmen dan kebersamaan untuk mengembangkan perguruan tinggi agar bisa bersaing dan menghasilkan SDM yang lebih berkualitas serta membangun relasi kerja sama dengan media-media. Adapun langkah-langkah strategi yang dilakukan Humas unismuh untuk menarik minat mahasiswa baru adalah:

- a. Melakukan publikasi tentang berbagai bentuk pencapaian Universitas Muhammadiyah Makassar dalam bidang: (1) Akademik, berupa akreditasi kampus yang dicapai dan jurusan. (2) Sumber daya manusia, berupa tenaga pendidik dari berbagai kalangan seperti professor dan dokter, adapun pendamping dosen dari berbagai jurusan. (3) Kemahasiswaan, berupa pencapaian prestasi baik lokal, nasional, regional, bahkan internasional. (4) Kerjasama, relasi kerja sama dengan media-media, konvensional, radio, tv, media cetak, kemudian online dan pengembangan media sosial.
- b. Menjalin komunikasi dengan media (Media Relations) diantaranya dengan media: (1) Tribun timur, salah satu media cetak yang memberitakan kegiatan-kegiatan ataupun prestasi mahasiswa Unismuh. (2) Radio RRI, salah satu media informasi yang memberitakan kegiatan dan prestasi mahasiswa unismuh melalui pesan-pesan suara. Iklan-iklan digital, berupa poster ataupun pamphlet yang disebarakan melalui media online berupa ig, fb dan twitter.

Penulis berkesimpulan bahwa Universitas Muhammadiyah

Makassar juga memiliki banyak prestasi baik lokal, nasional, regional dan bahkan internasional, kemudian fasilitas yang dimiliki kampus juga itu menjadi daya tarik serta posisinya yang sangat strategis. Itulah strategi yang dilakukan Humas Unismuh agar mereka bisa menarik calon mahasiswa baru.

3. Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi, Yaitu mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik untuk masing-masing publik dalam rangka untuk mencapai tujuan program yang telah ditentukan seperti yang dilakukan bagian humas, penerimaan mahasiswa baru (PMB). Adapun tindakan yang diambil humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru, pencapaian tujuan-tujuan dan fungsi humas di Unismuh dapat dicapai ditunjang karena adanya hubungan yang baik antara pimpinan humas dengan anggotanya, terlihat dari partisipasi pimpinan dalam pengambilan keputusan maupun tindakan, seluruh anggota humas terarah dalam melaksanakan tugas masing-masing, serta terbangunnya komunikasi yang efektif antara pimpinan humas dengan anggotanya serta pihak-pihak yang terkait.

Dalam membangun citra kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, tentu humas banyak melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat menarik simpati masyarakat. Misalkan memberikan bimbingan dan pelayanan yang baik, membangun hubungan dengan masyarakat maupun beberapa media.

Membangun citra positif kampus bukanlah hal yang mudah, karena memerlukan banyak dukungan dan kerja sama. Sehingga konsep untuk menarik daya minat mahasiswa baru dapat dipublikasikan dengan tepat sasaran dan tepat waktu.

Peranan humas dalam upaya membangun citra Universitas Muhammadiyah Makassar sangat dibutuhkan agar masyarakat dapat tertarik untuk mendorong anak-anak mereka melanjutkan pendidikannya

dikampus Unismuh Makassar. Pembantu humas akan efektif menjalankan peranan dan fungsinya jika pimpinan memberikan dukungan terhadap bidang humas Kampus. Selain itu humas juga harus mendapat dukungan dan kerja sama dari stakeholder internal kampus.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan tugas dan fungsi pokok humas Universitas Muhammadiyah Makassar, yaitu:

1. TUGAS HUMAS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR :

- a. Membuat kesan (image)/kesan baik, citra positif;
- b. Pengetahuan dan pengertian informasi, penerangan, penjelasan;
- c. Menciptakan ketertarikan;
- d. Penerimaan, pengertian, pemahaman;
- e. Membangun atau menciptakan simpati publik.

2. FUNGSI POKOK HUMAS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR:

- a. Membangun kondisi atau mempersiapkan mental publik untuk menerima kebijakan lembaga, penerangan/ penyebaran informasi;
- b. Mengoreksi informasi dan persepsi publik yang tidak tepat tentang lembaga, termasuk meluruskan pemberitaan negatif dan menyampaikan "hak jawab", termasuk mengevaluasi program lembaga, khususnya yang berkaitan dengan publik.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, hal-hal yang dilakukan oleh humas Universitas Muhammadiyah Makassar, yaitu:

1. Humas itu diantaranya menyebarkan informasi terhadap institusi, melakukan sosialisasi lembaga ke masyarakat dan memperluas citra yang baik tentang kampus.;
2. Media yang digunakan seperti facebook, ig dan twitter sementara dipersiapkan. Selain media sosial ig, fb, dan tweet,

Unismuh juga memiliki portal Unismuh Makassar.ac.id. Melalui portal tersebut, semua kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh civitas akademika yang terkait dengan tridarma program perguruan tinggi Al Islam Kemuhammadiyaan;

3. Humas menjadi mata telinga pimpinan kampus sehingga semua kegiatan, aktivitas tri darma perguruan tinggi dan Al-Islam Kemuhammadiyaan yang dilakukan oleh kampus dapat disebarkan dan dikomunikasikan ke dalam maupun keluar kampus;
4. Usaha humas menarik maba secara keseluruhan itu dengan setiap saat memperbaharui informasi kegiatan kelembagaan secara umum; Media yang digunakan untuk menarik minat calon mahasiswa baru ialah media konvensional, media cetak, memasang iklan kampus, tribun timur, radio RRI dan iklan-iklan digital;
5. Media yang digunakan untuk menarik minat calon mahasiswa baru ialah media konvensional, media cetak, memasang iklan kampus, tribun timur, radio RRI dan iklan-iklan digital.

Dalam sebuah organisasi wajib hukumnya bagi humas untuk membangun citra yang positif atau identitas baik organisasi. Hal ini yang menjadi dasar pertimbangan untuk membangun kerjasama yang baik, ataupun bagi para calon mitra organisasi yang sudah memiliki kepentingan terhadap organisasi. Dalam sebuah lembaga pendidikan perguruan tinggi, keberadaan humas sangat penting dalam menjalankan peran dan fungsi-fungsi kehumasan secara baik sehingga dapat membangun citra yang baik dimata publik. Begitu pula keberadaan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar di lingkungan kampus yang sangat diharapkan dapat menjalankan peranan dan fungsi-fungsi kehumasan secara baik, agar dapat terbangun citra yang positif pada publik kampus.

Penulis berkesimpulan bahwa humas Unismuh telah membangun citra kampus dan menyebarkan informasi yang baik yang dibutuhkan sebagai bahan pertimbangan

calon mahasiswa baru. Untuk menunjang kerja humas dalam membangun citra dan menyebarkan informasi dengan membangun kerjasama dengan beberapa media konvensional, surat kabar, media online, televisi, radio, dan media sosial.

3. MENGEVALUASI PROGRAM:

Evaluasi ini merupakan proses melakukan penilaian atas persiapan, penerapan, dan hasil dari program. Adapun kegiatan evaluasi yang dilakukan dalam segi pelayanan dan publikasi sebagai berikut:

- a. Pelayanan Publikasi, Salah satu fungsi manajemen yang berupaya mengadakan penilaian (evaluasi) dan sekaligus bila perlu mengadakan koreksi atas tindakan pegawai (anggota) sehingga tidak keluar atau tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Salah satu citra positif sebuah organisasi adalah pemberian pelayanan yang baik. Pemberian pelayanan yang baik sangat mempengaruhi minat masyarakat dan calon mahasiswa baru. Pemberian pelayanan tersebut meliputi pemberian layanan informasi, maupun pelayanan jasa secara langsung. Pemberian pelayanan bukan hanya kepada calon mahasiswa baru, akan tetapi kepada seluruh *stakeholder* Universitas Muhammadiyah Makassar;
- b. Publikasi sangat penting, karena dengan demikian masyarakat akan lebih mengenal Universitas. Masyarakat saat ini menginginkan informasi yang cepat dan mudah. Oleh karena itu, penyajian informasi harus berjalan cepat, aktual dan bersifat interaktif. Disinilah peran humas sangat diperlukan. Humas harus proaktif menyebarluaskan informasi yang perlu diketahui oleh masyarakat mengenai Universitas Muhammadiyah Makassar melalui berbagai media yang ada baik internal maupun eksternal.

B. Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru

Berdasarkan hasil uraian wawancara dapat diketahui bahwa keberhasilan strategi humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru tidak terlepas dari faktor pendukung. Sementara pendukung dan penghambat dalam implementasi strategi tidak terlepas dari beberapa faktor penghambat. Untuk menjawab faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru, dilakukan dengan menganalisis faktor internal maupun eksternal yang menjadi pendukung dan penghambat dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru. Adapun yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru yaitu dari segi internal dan eksternal.

Faktor internal adalah segala sesuatu yang dapat mendukung kinerja humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru berasal dari dalam kampus Universitas Muhammadiyah Makassar. Faktor internal sangat mendukung dan berpengaruh dalam upaya meningkatkan minat calon mahasiswa baru. Adapun faktor internal dan eksternal yang terdiri dari:

1. Adanya dukungan dan kerjasama dari pimpinan kampus dan seluruh pihak-pihak dari fakultas.
2. Semangat atau motivasi yang dimiliki humas Universitas Muhammadiyah Makassar untuk mengabdikan diri pada tugas yang diembangkannya dengan meningkatkan kemampuan dan keterampilan melalui pendidikan sarjana dan workshop.
3. Sarana dan prasarana kampus yang dimiliki sudah menunjang.

Adapun faktor eksternal meliputi: Keterlibatan media baik secara langsung maupun tidak langsung, media merupakan sarana penyampaian informasi dan penyalur aspirasi masyarakat. Peran media yang sangat

strategis dianggap sebagai sarana yang paling efektif untuk penyebaran informasi terkait kegiatan dan kebijakan kampus.

Adapun faktor penghambat sebagai berikut:

1. Terlalu banyak menerima mahasiswa baru, sehingga mereka calon mahasiswa baru menunggu hasilnya,
2. Harus memperkuat komunikasi di internal fakultas dan prodi, sehingga kegiatan-kegiatan yang dilakukan ditingkat fakultas dan prodi bisa terkordinasi baik dan terpublis secara luas tentang kegiatan mereka ke masyarakat umum maupun diluar kampus, dan
3. Alat peraga yang biasanya kita butuhkan datang terlambat.

Faktor penghambat merupakan faktor-faktor yang menghambat peran dan kinerja Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru.

Salah satu faktor penghambat peran dan kinerja humas Unismuh Makassar dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru adalah alat peraga yang dibutuhkan untuk keperluan menyebar informasi biasanya terlambat cetak sehingga menjadi kendala dalam bergerak meningkatkan minat calon mahasiswa.

Berdasarkan hasil wawancara penulis berkesimpulan bahwa segala sesuatu yang dapat mendukung kinerja humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru berasal dari dalam kampus Universitas Muhammadiyah Makassar. Faktor internal sangat mendukung dan berpengaruh dalam upaya meningkatkan minat calon mahasiswa baru karena adanya dukungan dan kerjasama dari pimpinan kampus dan seluruh pihak-pihak dari fakultas, semangat atau motivasi yang dimiliki Universitas Muhammadiyah Makassar untuk mengabdikan diri pada tugas yang diembannya dengan meningkatkan kemampuan dan keterampilan melalui pendidikan sarjana dan workshop, serta

sarana dan prasarana kampus yang dimiliki sudah menunjang.

Sedangkan faktor penghambat adalah kurangnya pemahaman calon mahasiswa baru dalam mendapatkan sebuah informasi, faktor ekonomi juga memiliki faktor penghambat bagi mahasiswa untuk mendaftarkan dirinya kuliah di Unismuh.

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru tidak lepas dari faktor pendukung dan penghambat yang ada. Faktor pendukung terbagi menjadi dua, yaitu faktor internal mencakup segala sesuatu yang dapat mendukung kinerja humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru berasal dari dalam kampus Unismuh dan faktor eksternal mencakup faktor pendukung yang berasal dari luar kampus. Faktor penghambat mencakup terbatasnya mahasiswa baru yang diterima, kurangnya komunikasi internal antara prodi dan fakultas dan alat peraga yang kurang memadai. Meski demikian, upaya dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru ditengah masyarakat akan terus ditingkatkan oleh bidang humas Universitas Muhammadiyah Makassar serta memformulasikan strategi untuk tetap menjaga kepercayaan masyarakat dan wibawa Universitas Muhammadiyah Makassar.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa: Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru yaitu dengan beberapa langkah: 1) Melakukan publikasi tentang berbagai bentuk pencapaian Universitas Muhammadiyah Makassar seperti: akademik berupa akreditasi kampus yang dicapai dan jurusan, sumber daya manusia berupa tenaga pendidik, dan pencapaian prestasi-prestasi baik lokal sampai dengan internasional. 2) Menjalin komunikasi atau bekerja sama dengan media diantaranya tribun timur, radio RRI, serta iklan-iklan digital seperti poster ataupun pamphlet yang

disebarkan melalui media online berupa ig, fb, dan twitter. Faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru yaitu: faktor pendukung internal yaitu segala sesuatu yang dapat mendukung kinerja humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru berasal dari dalam kampus Universitas Muhammadiyah Makassar. Faktor pendukung eksternal adalah keterlibatan media baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain faktor pendukung tersebut terdapat pula faktor penghambat adalah harus memperkuat komunikasi internal baik secara langsung dan tidak langsung.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini. Terkhusus kepada Bapak, Ibu saya, terima kasih atas doa-doa-nya dan dukungan moral maupun moril. Kepada Ibu Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., Bapak Dr. H. Muh.Tahir, M.Si, Ibu Dian Muhtadiah Hamna.S.Ip., M.I.kom, Bapak Syukri, S.Sos., M.Si, Ibu Wardah, S.Sos., M.A dosen dan rekan-rekan di Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar.

Daftar Pustaka

Buku

- Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Anggoro, Linggar. 2008. *Teori Dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Ali, Jumanatul. 2005. *Departemen Agama RI. Al-Quran dan Terjemahnya*. Bandung
- Bungin, Burhan. 2014. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Cutlip Scoot, Center Allen. 2006. *Effective Publik Relation*. Jakarta: Kencana Prenada Prima Group
- Cutlip, Scott M, et all. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: PT Dian Rakyat
- Efendy, Uchyana Onong., 2002. *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Khaerul, Umam dan Kadar Nurjaman., 2012. *Komunikasi & Public Relations*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Kasali Rhenal. 2003. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Kasali Rhenal. 2005. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Laksana Wijaya Laksana, Mukarom Zainal. 2015. *Manajemen Public Relations (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Morissan. 2014. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Moore Frazier., 2004. *Humas (Membangun Citra dengan Komunikasi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexi J, 2012. *Metedologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya Offest
- Ngalimun., 2017. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Nova Firzan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Rudy, May. 2005. *Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional*, Bandung: PT Refika Aditama

Rumanti, Maria Assumpta. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta: Gramedia Widiasarana

Rachmadi. F. 1996. *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Gramedia

Ruslan, Rosady. 2017. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada

Ruslan Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Syarifuddin S, dkk. 2016. *Public Relations*, Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Jurnal

Nurul Khasanah. 2017. *Strategi Public Relations dalam Mencapai Image Positif yang Diharapkan*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga

Internet

Simakad.unismuh.ac.id